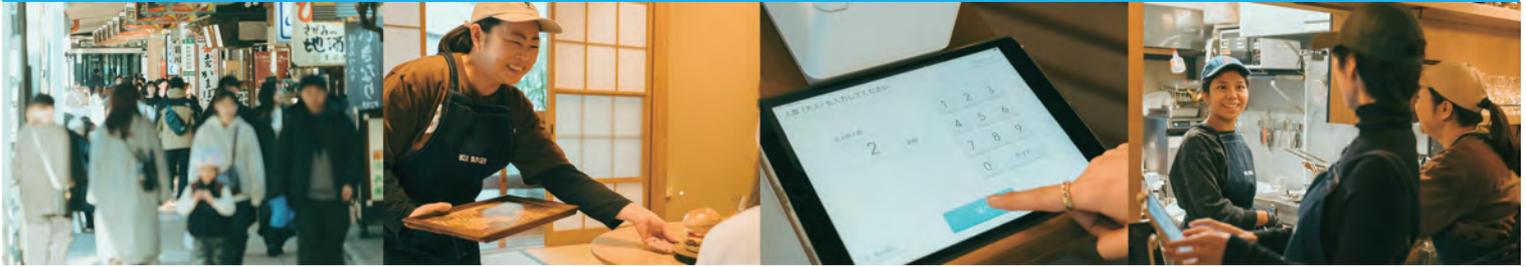


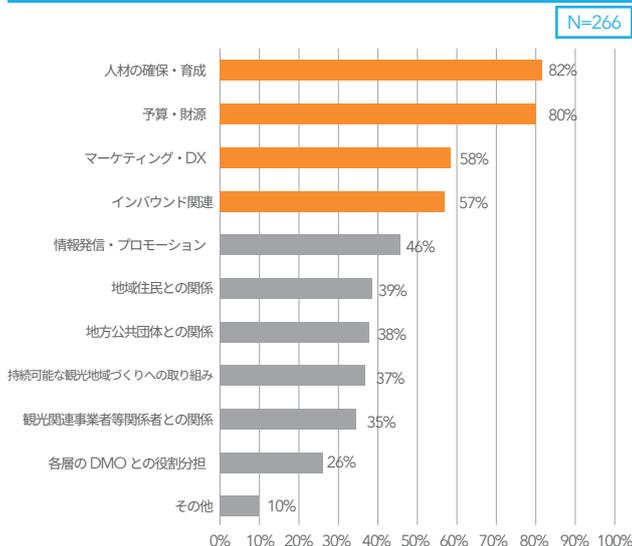
混雑を減らして、観光客も働く人も住民も笑顔に。 「Air ビジネスツールズ」を活用した「観光 DX」で 地域一体となった混雑緩和策の実現へ



コロナ禍の収束とともに観光地では混雑が発生。 混雑に起因して新たな地域課題が連鎖するリスクも

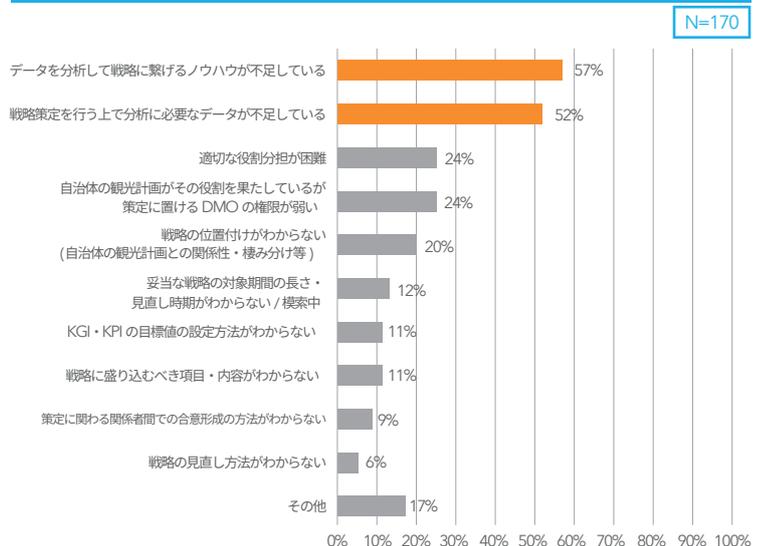
- 観光産業は、「宿泊」「飲食」「体験」「交通」「土産」など地域内のさまざまな事業にまたがって消費が発生するため、地域活性において非常に重要な役割を担っている。また、海外からの観光においては日本の文化や伝統・自然をPRする機会でもあり、グローバル社会における相互理解促進にも一役買っている。
- 2020年以降、新型コロナウイルスの世界的な流行に伴い観光産業は大幅に落ち込んでいたが、旅の規制が緩和されるにつれて堅調に回復。2024年の訪日外国人数は年間3600万人を突破し、過去最多を記録している。(出所:日本政府観光局「訪日外客数(2024年12月および年間推計値)」)
- しかし、急激に観光客が増加しているのに対し、コロナ禍で体制を縮小していた事業者も多く、需要に供給が追いつかない状態。混雑の発生により観光客の満足度が下がり、事業者にとっては売上機会を逃すことにもなりかねない。また、渋滞の発生など地域住民の不満の種にもなっており、混雑が新たな問題を引き起こす恐れがある。
- 事業者は対策のために人材や設備を投入したいところだが、令和5年に観光庁が全国の観光地域づくり法人(DMO)に現状の課題を調査したアンケート結果によれば、1位「人材の確保・育成」、2位「予算・財源」。人材や設備への投資を増やしたくてもできない実情がうかがえる。(出所:観光庁「令和5年登録DMO現状調査」)
- こうした中で注目されているのが、「観光DX(デジタルトランスフォーメーション)」。業務のデジタル化やデータ活用によって、人手不足の解消や需要予測に合わせた効率的な観光事業運営を実現していくのが狙い。ただし、観光はアナログなサービス体験を得意とする産業のため、デジタル人材やノウハウは不足気味。「戦略の策定において抱えている課題」では、「データを分析して戦略策定につなげるノウハウが不足している」「戦略策定を行う上で分析に必要なデータが不足している」といった悩みが上位となっており、DXを推進する難しさも感じられる。

DMOが課題として認識している分野(※複数選択可)



出典:観光庁「令和5年登録DMO現状調査」

戦略の策定において抱えている課題(※複数選択可)



出典:観光庁「国内DMOの課題把握調査」

顧客“不満足”の主な要因を『Air ウェイト』や『Air ペイ』で解決。 観光 DX で、観光客・事業者・地域住民の“三方良し”に取り組む

交通インフラに限られる箱根町。「混雑」「渋滞」が積年の課題

■古くは明治時代から外国の人々も訪れていたほど、日本有数の観光地として知られる箱根町。人口約1万1000人のこの町には年間約2000万人もの観光客が来訪するが、山間の温泉地という性質上、交通インフラは限られている。道幅は狭く、昔から観光シーズンにはたびたび渋滞が発生。バスや鉄道の便数も限られるため、車内は大混雑という光景が見られていた。

■「観光客へのアンケート調査では、道路や施設の混雑、交通渋滞が毎年不満の上位になっていた」と語るのは、箱根町全体の観光促進を担う一般財団法人箱根町観光協会（以下、箱根 DMO）の専務理事、佐藤 守さん。「**混雑を解消しないと観光客の満足度は上がらず、ひいては観光消費額も上がらない。**主要産業が観光である箱根町にとっては、地域経済にも直結する問題」だと言う。

■しかし道路の拡張工事などハード面の強化は、町のほぼ全域が国立公園に含まれる箱根町では簡単にはいかず、実施するとしても時間がかかる。そこで箱根 DMO はソフト面の強化を推進。「**地域で一体となってデジタル化を進め、交通状況やお店の混雑状況を可視化。**観光客に積極的に情報発信することで人流を分散させ、町全体の周遊性を高めたかった」と佐藤さんは観光 DX 推進の理由を語る。



観光の実態をデータで収集・分析し、PDCA を継続的に回し続ける体制を確立



■混雑解消の直接的な打ち手として事業者を導入を働きかけたのが、受付管理アプリの『Air ウェイト』。「Web上で待機組数や待ち時間の目安が分かるため、『飲食店の待ち時間を利用して、近くの寄木細工屋を見に行く』といった動きが促され、周遊性の向上につながった」と佐藤さんは語る。利用客が店頭で順番待ちをしなくなったことで、人だまりも減少。**箱根町のデジタルマップと連携することで、混雑する時間帯を避けて効率的に周遊する動きも広がっている。**

■併せて箱根 DMO では、『Air ペイ』『Air レジ』の導入も促進。キャッシュレスに対応可能なお店を増やしている。直接的には「現金しか使えないお店が多い」という不満を解消するためだが、混雑解消の打ち手でもあるそう。「クレジットカードや QR 決済をするつもりだったお客様に毎回事情を説明して現金でお支払いいただく。そうしたことがスタッフの手間になり、業務効率を下げている。会計をスマートにすることで、事業者の皆さんには本来お客様に届けたいサービスに集中してほしい」と佐藤さんは思いを述べてくれた。

■「Air ビジネスツールズ」を活用した観光 DX は従業員満足度の向上にも寄与。「インバウンドのお客様も増加している中で、手書きの受付表では外国のお客様の名前を正しく認識できなかったり、クレジットカードが使えないことを慣れない英語で説明したりといった対応がスタッフを疲弊させている。**観光客の増加に一番苦労しているのは現場で働く人たち。ただでさえ人手不足の今、スタッフがイキイキと働ける支援をしないと観光業は成り立たない。**だからこそスタッフが難しいことを覚えなくても簡単に使い始められる「Air ビジネスツールズ」の操作性は導入促進の決め手にもなった」と佐藤さんは語る。



箱根町観光協会 (DMO) 専務理事 佐藤 守さん

『Air ウェイト』で、スタッフを「混雑のプレッシャー」から解放。 丁寧な接客でこだわりの料理が提供でき、理想のお店に近づけた

順番待ちのお客様対応にスタッフが疲弊。 心身共に健全に働ける環境でないと、サービスのクオリティーは保てない

- 「BOX BURGER」は、箱根町の宮城野と箱根湯本に2店舗を展開するハンバーガーレストラン。看板メニューには箱根丹沢山麓の美味しい水と、独自研究の上質な飼料で丹精に肥育された南足柄産のブランド牛「相州牛」を使用。オーナーの竹内 さや香さんは、「食材にも調理法にもこだわり、健康的かつ感動的なハンバーガーを提供したい」と、お店のコンセプトを語る。
- 2019年10月のオープンから半年でコロナ禍に突入。苦しい時期もあったが、箱根に観光客が戻ってくるにつれ、お店のうわさを聞きつけた人たちが続々と訪れるように。しかし、お客様数が伸びているにもかかわらず、スタッフ採用は大苦戦。「コロナ禍を経て、人材採用は一段と難しくなった印象。人手を増やしたくても思うようにはいかない」と苦しい実情を打ち明ける。
- こうした状況が続くうちに「順番待ちのお客様対応」が問題に。新規のお客様が店舗を訪れるたびにスタッフが対応していると、**お待たせする申し訳なさで気持ちに焦りが生じてしまう**。「早くご案内したいという思いから、店内のお客様へのサービス提供がおろそかになったり、一度に対応できる人数を超えて店内に誘導したりといった事態が発生。**スタッフをプレッシャーから解放しないと、満足いくサービスが提供できない**」と竹内さんは当時の心境を語る。



『Air ウェイト』で受付業務を自動化。 業務効率化とプレッシャーからの解放で、スタッフがサービス提供に集中できる状態を確立。



- 問題解決のために竹内さんが導入したのが、受付管理アプリの『Air ウェイト』。「他のお店に設置されている『Air ウェイト』を使ってみたら、操作が簡単で分かりやすかった。これならうちでも活用できるはず」と導入を決めたそう。
- BOX BURGER では、店先に『Air ウェイト』を設置。店の外でシステムで受付対応をする仕組みにしたことで、**スタッフは店内にいるお客様へのサービス提供に集中しやすくなった**。利用客の7割が訪日外国人だが、『Air ウェイト』の多言語対応機能により、比較的スムーズに受付ができていたという。「以前は、入口の扉が開く音がするたびにお待たせする申し訳なさで胸が苦しくなっていたが、『Air ウェイト』導入後は、気持ちに余裕を持ってお客様をお迎えできるようになった」と、精神的なプレッシャーから解放されたことを竹内さんは喜ぶ。
- お客様は列を作って待機する必要がなくなり、入口付近の混雑や店先での行列を解消。「箱根湯本は道幅が狭く、待機場所を確保しづらい。店の前で並ぶ必要がなくなれば、お客様はその時間でもっと箱根を楽しめるし、店舗周辺の混雑も軽減できる」と副次的効果を語る。

顧客満足度とともに客単価も上昇。定休日を増やしながらかも前年比売上げが実現できた

- 『Air ウェイト』導入後、顕著に変化したのはオンライン上のレビュー。**料理の美味しさに加えて、接客の丁寧さに対するコメントが増え、顧客満足度のスコアも上昇**。満点の評価をもらうことが増えており、「人生で一番美味しいハンバーガー」といった海外からのコメントも届いた。
- 「自分たちの納得いくクオリティーを提供してこそ、自信を持って価格設定ができる」と竹内さんは語る。サービスに見合った価格へ見直したことも影響し、客単価は以前の2割ほどアップ。定休日を増やしているにもかかわらず、店舗売上は前年から伸ばすことができている。

客単価の変化



- インバウンドが増加している箱根町の現状を踏まえ、竹内さんはインバウンド対応で町をリードしたいとも語る。「ビーガン、グルテンフリーなどの対応ができるお店や宿はまだまだ少ないからこそ、世界中の人々になじみのあるハンバーガーで多様なお客様のニーズに対応したい。箱根発で世界と勝負できるお店になることが目標です」。



①厨房で提供する商品を調理している様子

②店の前に設置された『Air ウェイト』の機器 ③提供されているハンバーガー ④「BOX BURGER」のオーナーとスタッフの集合写真

